

あきた 6 次産業化総合支援プラン

令和 8 年 4 月

秋田県 6 次産業化推進協議会

目 次

第 1 章 支援プランの概要	
1 策定の趣旨	1
2 位置づけ	1
3 計画期間	1
第 2 章 6次産業化等の現状と課題	
1 社会情勢の変化	2
2 本県農業を取り巻く情勢	5
3 6次産業化の推進状況	8
4 これまでの主な取組と成果	10
5 次のステップアップに向けた主な課題	21
第 3 章 支援プランの目指す方向	
1 支援プランの視点と目指す姿	23
2 支援プランの体系	24
第 4 章 支援プランの展開方向	
戦略Ⅰ 6次産業化に取り組む事業体の育成・強化	25
戦略Ⅱ マーケットに訴求できる商品開発力・販売力の強化	26
戦略Ⅲ 郷土愛を育む地産地消の更なる推進	27
第 5 章 成果目標	28
第 6 章 支援プランの推進体制と各主体の役割	
1 推進体制	29
2 各主体の役割	29
参考資料	
1 秋田県6次産業化推進協議会設置要領	30
2 資料編	32

第1章 支援プランの概要

1 策定の趣旨

県では、平成27年に「秋田県6次産業化戦略（H27～29）」を策定し、その後、第2期戦略（H28～R3）、第3期戦略（R4～R7）と改訂を重ねてきました。農業者や関係団体等との連携を図りながら、農山漁村における所得や雇用の増大、地域活力の向上を図るため、農林漁業者の経営多角化や加工業者等の異業種との連携促進など、農林漁業の6次産業化を総合的に支援してきたところです。

平成27年以降の継続的な取組に加え、「第3期秋田県6次産業化推進戦略（R4～R7）」では、①農業経営体に取り組む6次産業化の事業発展、②異業種との連携体による6次産業化の推進、③多様化するニーズを捉えた販売力の強化、④女性農業者が輝く起業活動の展開などを課題として掲げ、各種施策を展開しました。その結果、平成28年～令和5年の8年間において、6次産業化事業体販売額が約30億円（年平均約3.6億円）増加し、農家所得の向上に着実な成果が得られています。

一方で、農林漁業者の減少や高齢化、人口減少による国内市場の縮小、輸入農産物との競争激化など、本県の農林水産業を取り巻く環境は依然として予断を許さない状況にあります。

こうした厳しい環境下において、他産業との連携を図り、生産から加工、流通・販売を通じて価値を高めていく「6次産業化」の推進は、経営の安定や次世代への継承に向けて、ますます重要性を増しています。

このような社会情勢の変化を的確に捉え、これまでの取組の成果等を基盤としつつ、今後4年間の状況を踏まえた取組の方向性を示し、地域資源を活用した6次産業化を推進することで農林漁業経営の基盤強化を図り、本県農林水産業の持続的発展につなげていくため、農林漁業者や関係団体等が一体となって取り組む指針として、新たな支援プランを策定します。

位置づけ

本支援プランは、県政の運営指針である「秋田県総合計画」や「あきた農林水産ビジョン」に基づき、6次産業化の推進に関わる具体的な方向性や施策を定めたものです。

計画期間

「秋田再生戦略」や「新ふるさと秋田農林水産ビジョン」と連動し、令和8年度から令和11年度までの4年間の計画期間とします。

ただし、社会情勢の変化など、新たな課題への対応が必要となった場合や施策の検証等を踏まえ、適宜見直しを行うこととします。

第2章 6次産業化等の現状と課題

1 社会情勢の変化

(1) 6次産業化の動向

○直近の販売金額の動向

令和5年度の全国における6次産業化販売金額（農産物直売所、農産加工、農家レストラン、観光農園、農家民宿の販売金額の合計）は、2兆2,083億円で、前年と比較すると1.5%の増加となっています。

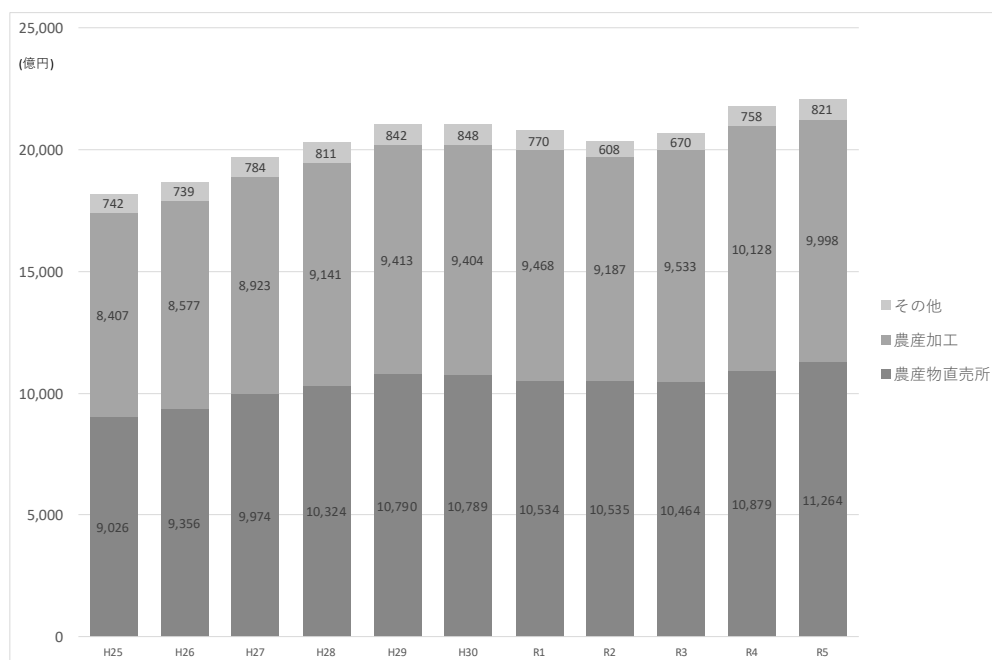
業態別にみると、農産物直売所は1兆1,264億円で、前年と比較すると3.5%の増加、農産加工は9,998億円で1.3%の減少となりました。

販売金額に占める業態別の割合は、農産物直売所が最も高く、全体の5割以上を占めています。

○平成25年度からの推移

全国の6次産業化販売金額の推移は、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和元年度から令和2年度にかけて一時的に減少したものの、その後は回復し、増加傾向で推移しています。

図1 全国の6次産業化販売金額の推移



出典：農林水産省「令和5年度6次産業化総合調査（令和7年3月）」

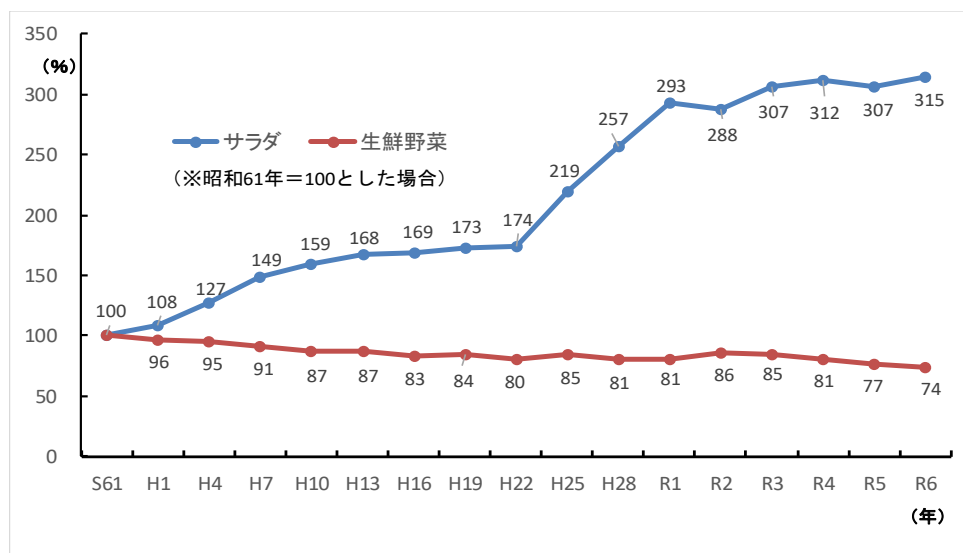
(2) 消費者ニーズの変化

消費者のニーズは年々変化し、家庭での生鮮野菜の購入額は長期的に減少傾向となっていますが、サラダを含む調理食品の購入額は増加傾向にあり、より簡便化を求める志向が高まっています。

また、冷凍食品についても、国内生産額及び国民1人当たり消費量は増加の一途をたどっており、消費者ニーズへの適切な対応がこれまで以上に重要となっています。

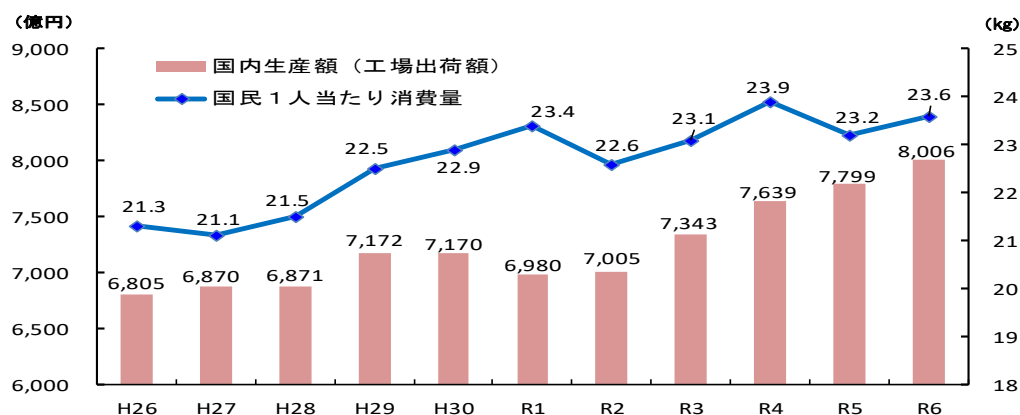
農産物直売所においても、惣菜加工に力を入れるなどの対応を進めていることに加え、物価高騰の影響を受け「比較的手頃な値段で新鮮な農産物を買える」として消費者に支持されているなどから、販売金額の増加につながっています。

図2 生鮮野菜及びサラダの1人1年当たりの購入額



出典：農林水産省「加工・業務用野菜をめぐる情勢（令和7年10月）」

図3 冷凍食品の生産額・消費量



出典：(一社) 日本冷凍食品協会

「令和6年（1～12月）冷凍食品の生産・消費について（速報）（令和7年4月）」

(3) 設備投資の動向

- 労働力不足を克服する自動化・省力化
人口減少を背景に、限られた人数で生産性を維持・向上させるための設備投資が増えています。
6次産業化においては「洗浄・カット・包装」等の、従来は手作業に依存していた工程を自動化する視点も重要となっており、機械化により労働力不足を補うだけでなく、品質の安定化とコスト削減を同時に図る経営体が見られています。
- 高付加価値化と輸出を見据えた品質管理
国内市場の縮小を背景に、高付加価値化と販路拡大を目指し、品質管理体制を強化するための設備投資が必要となっています。
特に、法改正に伴うHACCP対応の徹底や、急速冷凍技術による鮮度保持・長期保存など、品質管理を高度化することで国内の高級市場や海外輸出を見据えた取組が広がっています。

(4) 栽培環境の変化

地球温暖化の影響により、農産物の「適地適作」の境界線が北へと移動する現象が顕著になっています。西日本では、柑橘類に代わりライチなどの亜熱帯果樹の栽培が徐々に増えており、北海道や東北においても、これまで栽培されていなかったさつまいもの栽培が増えています。

また既存の作目でも、高温障害に耐性がある品種の開発が全国の農業試験場や種苗会社において進んでいます。

トピックス① さつまいも産地が北上中！

日本のさつまいも生産は、鹿児島県と茨城県の「2強」体制（全国の約6割）でしたが、近年はその勢力図が変化しています。

主産地の九州などでは、「サツマイモ基腐病」という深刻な病害が蔓延し、生産量が急激に減少しました。抵抗性品種への切り替えや土壌殺菌等の対策を実施していますが、病害への対策が難しく、「北」の産地への注目が高まっています。

そのため、これまで冷涼で栽培が難しかった北海道や東北においても、地球温暖化による気温の上昇を受け、新たな産地として作付面積が拡大しています。

秋田県においては、「秋田県さつまいも協議会」を令和7年度に設立し、県産さつまいもの産地化やブランド化を進めるとともに、儲かる農業の実践を進めています。



「出荷規格統一のための目揃え会」



「貯蔵庫内で熟成中のさつまいも」

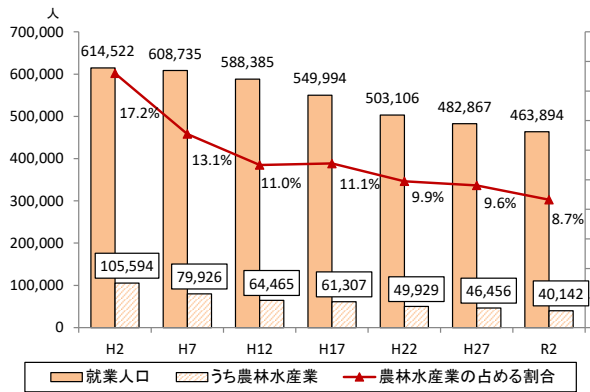
第2章 6次産業化等の現状と課題

2 本県農業を取り巻く情勢

(1) 農林水産業の就業人口

- 農林水産部門は、平成2年から令和2年にかけて65,452人減少し、40,142人となっています。
- 総就業人口に占める農林水産部門の割合は、8.5ポイント減少し、8.7%となっています。
- 県全体の人口減少や高齢化に伴い、農林水産業における労働力（担い手）の減少が急速に進行しています。

図4 就業人口の推移

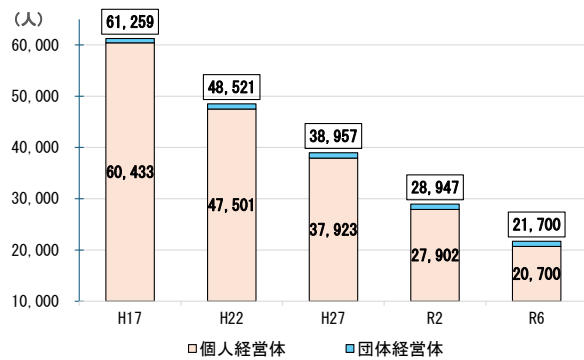


出典：あきた農林水産ビジョン

(2) 農業経営体

- 農業経営体数は減少傾向にあり、令和2年から6年にかけて約7,200戸の経営体が減少しています。
- ◇ 農業経営体数 21,700戸 (全国20位)
- ◇ うち団体経営体数 1,000戸 (全国11位)

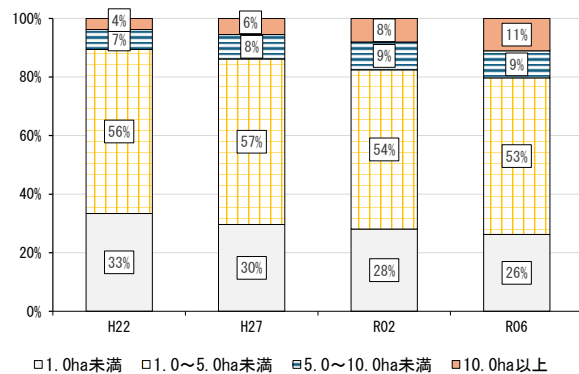
図5 農業経営体数の推移



出典：あきた農林水産ビジョン

- 農地の利用権設定や作業受託が進み、大規模層は増加傾向となっています。
- 人口減少を背景に、農業を支えてきた団塊世代のリタイアが進んでいます。
- 意欲ある農業者への集積が進み、1戸当たりの経営規模は拡大傾向となっています。
- ◇ 1農業経営体当たりの経営面積 4.8ha (全国5位)
- ◇ 5ha以上の農業経営体割合 20.3% (全国4位)

図6 経営規模別農家数の推移

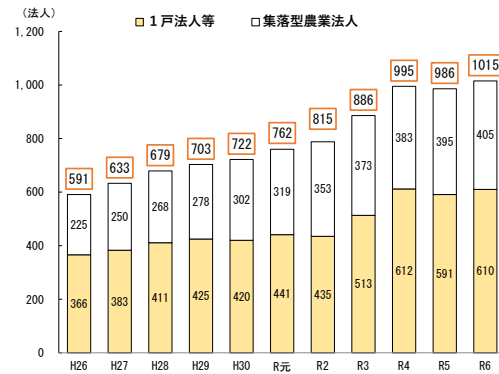


出典：あきた農林水産ビジョン

(3) 農業法人

- 経営の法人化が年々進展し、農業法人数は1,015経営体で増加しています。

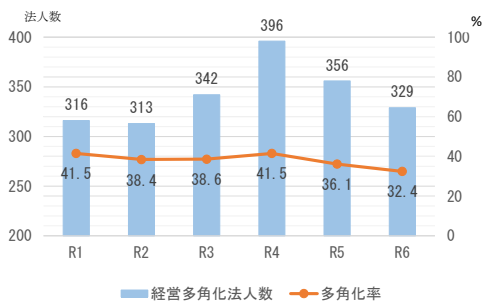
図7 農業法人数の推移



出典：農林政策課調べ

- 農業法人のうち、329法人（32.4%）において、農産物の直売や農産加工などによる経営の多角化に取り組んでいますが、全法人数に占める割合はやや低下傾向にあります。

図8 経営の多角化に取り組む農業法人数と割合



出典：農林政策課調べ

(4) 農業産出額

- 本県の令和6年農業産出額は、2,572億円（前年比+793億円）で、平成8年以来となる2,500億円台となり、全国順位16位、増加率は全国トップの44.6%となりました。

内訳では、米が1,652億円（前年比+714億円）と大幅に増加したほか、米以外の品目についても920億円（前年比+79億円）と平成4年以来の高い水準となりました。

これらは、米・野菜等の価格上昇に加え、園芸・畜産の大規模生産拠点を核とした生産拡大や、果樹の雪害からの復旧があると考えられます。

一方で、依然として米のウエイトが高く、野菜や畜産等の更なる生産拡大が課題となっています。

図9 秋田県の農業産出額の推移

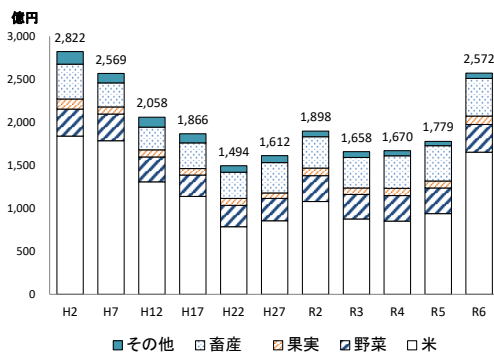
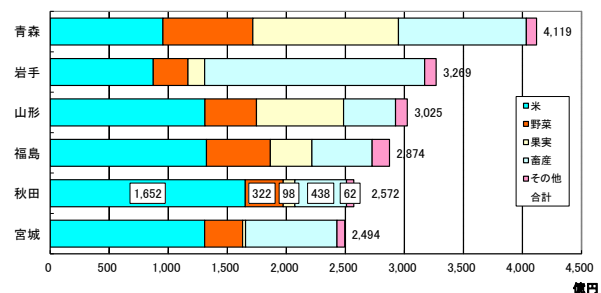


図10 東北各県の農業産出額（令和6年）



出典：あきた農林水産ビジョン

(5) 六次産業化・地産地消に基づく総合化事業計画の認定状況

- 「総合化事業計画」は、農林漁業者が主体となり、農林水産物等の生産及びその加工を一体的に行う事業活動の計画のことです。その認定数は、「農林漁業者による新事業への取組の活発さ」や「6次産業化の普及・浸透度」を測るための一つの目安となっています。

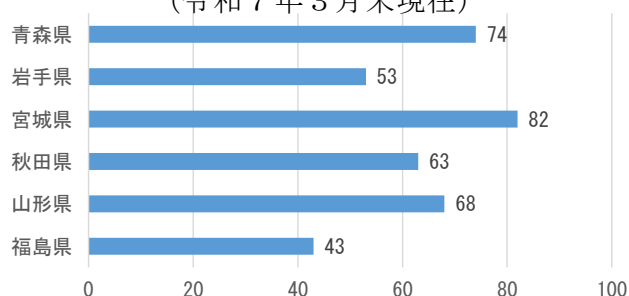
◇総合化事業計画の認定を受けた場合のメリット

- ・農業改良資金（無利子資金）の特例の運用
償還期限の延長 10年 → 12年
据置措置の延長 3年 → 5年
- ・農業法人等が総合化事業計画に従って新たな加工・販売等を行う場合、補助金の対象者となる等

※総合化計画の認定と補助事業の採択は別審査。

図11 総合化事業計画認定件数
(令和7年3月末現在)

- 本県の総合化事業計画の認定件数は、東北4位の63件（令和7年3月末現在）となっています。



(6) 農商工等連携促進法に基づく農商工等連携事業計画の認定状況

- 「農商工等連携事業計画」は、中小企業者の経営の向上及び農林漁業者の経営の改善を目的とし、中小企業者（商工業者に限る）と農林漁業者が共同で新商品の開発等に取り組む事業計画のことです。その認定数は、異業種連携による新事業創出の活発さや、地域資源の有効活用とブランド化の進み具合などを測る1つの目安となっています。

- 本県の農商工等連携事業計画の認定件数は、13件（令和7年12月5日現在）で、東北で3位となっています。東北各県においても認定件数は概ね同水準で推移しています。

図12 農商工等連携事業計画
認定状況
(令和7年12月5日現在)

区分	件数
全国	820
東北	80
青森県	14
岩手県	8
宮城県	13
秋田県	13
山形県	18
福島県	14

出典：経済産業省、農林水産省調べ

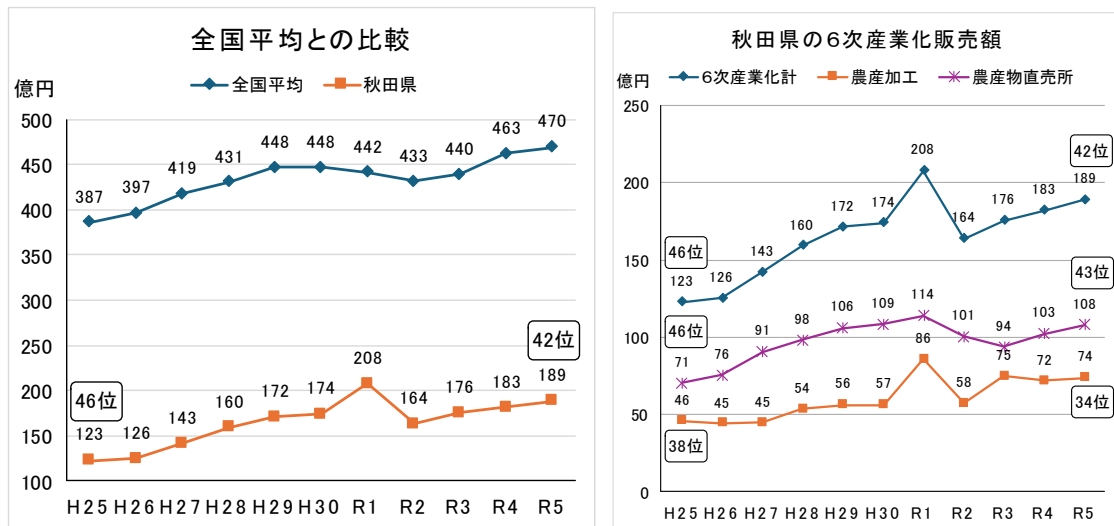
第2章 6次産業化等の現状と課題

3 6次産業化の推進状況

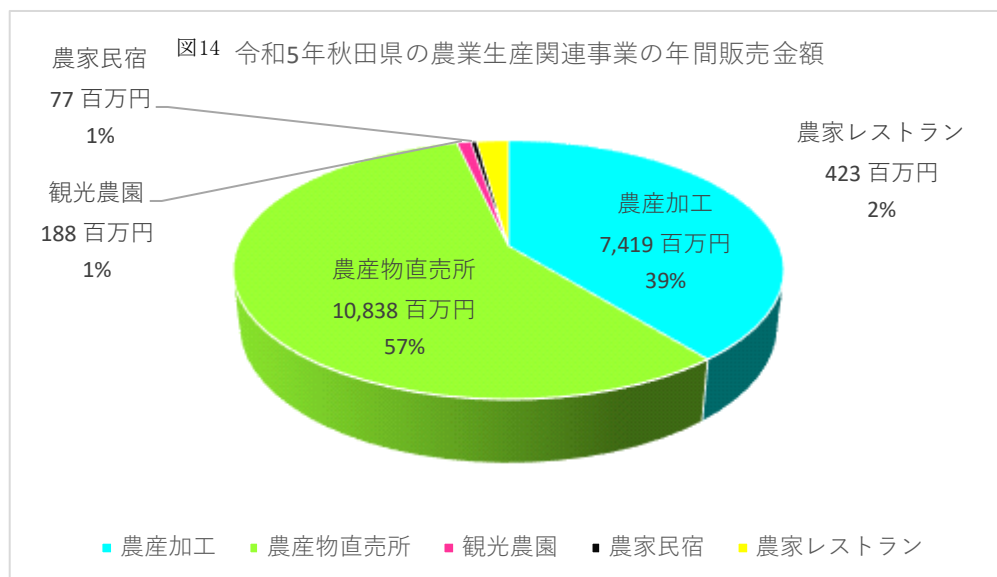
(1) 本県の6次産業化事業体販売額について

- 令和5年度の6次産業化販売額は189億円、全国順位は42位、東北では6位となっています。

図13 6次産業化販売額の推移



- 販売額の内訳は、以下のとおりとなっており、農産物直売所における販売額が全体の57%を占めています。



(2) 6次産業化を取り巻く状況について

- 本県の食品加工業は、生産規模が小さく経営体質が脆弱であるため、食料品・飲料等の製造品出荷額等は1,245億円（R2実績）で、全国44位、東北6位となっています。

出典：経済産業省 R2（2020）年工業統計（R3.8月公表）

- 本県農業は、長年、米の販売によって一定の所得が確保されてきたため、米への依存度が高く、経営の多角化が遅れる傾向にありました。

また、加工原料として安定供給可能な園芸品目が限られていることや、観光拠点となり集客力のある大規模農場がないなど、6次産業化が進展しにくい構造的な課題を抱えています。その結果、6次産業化事業体の農産加工販売金額は、他県に比べて低位となっています。

- 農産物直売所においては、スーパーや他店舗との差別化を図るための取組が進んでおり、集客イベントの開催や農産物の品揃えの充実に加え、店舗の大規模化等により販売額が増加しています。
- 令和8年4月からの給食費の無償化を契機に、地域農業への理解を深める食育の一環として、給食における地場産農産物の活用が改めて注目されています。地産地消の観点からも、農業者と学校現場との連携を強化し、地場産農産物の利用拡大を図ることが急務となっています。

トピックス② 学校給食における地場産農産物の活用

県では、学校給食における地場産農産物の利用拡大と、子どもたちの地域への愛着醸成のため、県内にモデル地区を設置し、学校給食関係者による協議会において、供給体制の構築や食育の推進について検討を進めています。

供給体制の構築に向けた取組として、農業者が供給可能な品目の中から、給食現場で求められる数量や規格・時期について栄養教諭と意見交換を行いました。

その内容を踏まえ、農業者の納品体制や調理現場での対応状況を確認し、継続的な活用につなげるための試験供給を実施しました。

試験供給においては、規格に問題はなかったものの、納品時間や納品量に関する課題が明らかとなり、引き続き、持続可能な供給に向けた検討が必要となっています。



「メロンの試験供給」



「農業者と栄養教諭との意見交換」

第2章 6次産業化等の現状と課題

4 これまでの主な取組と成果

(1) 目標の達成状況

代表指標

■ 6次産業化事業体販売額 (単位：百万円)

	基準値(R 1)	R 4	R 5	R 6	R 7
目標値	—	22,000	23,000	24,900	25,000
実績値	20,800	18,257	18,944	—	—

出典：6次産業化総合調査（農林水産省）

新型コロナウイルス感染症の影響により、人流の抑制や外出機会の減少等により、農産加工や直売所等における販売額の落ち込みが見られたものの、令和4年以降は回復傾向にあります。

関連指標

■ 農産物直売所販売額 (単位：百万円)

	現在値(R 2)	R 4	R 5	R 6	R 7
目標値	—	6,540	6,630	6,720	6,800
実績値	6,378	6,598	6,686	7,896	—

出典：農産物直売所実態調査 農業経済課調べ

道の駅を中心とした店舗の大規模化が進んでいることに加え、非接触型のキャッシュレス決済の導入や家庭内消費への対応など、集客力の強化につながる取組により販売金額が増加しています。



「大規模直売所(しゅしゅえつとまるしえ)」

■ 異業種連携体が取り組む品目数 (単位：件)

	現在値(R 3)	R 4	R 5	R 6	R 7
目標値	—	2	3	4	4
実績値	1	2	5	5	—
	たまねぎ	たまねぎ おうとう	たまねぎ おうとう さつまいも いちご そば	たまねぎ おうとう さつまいも いちご そば	—

出典：県農業経済課調べ

農業経営体と食品製造事業者等の連携体による取組が進み、食味やパッケージにこだわった訴求力の高い新商品開発につながっています。

(2) 主な取組と成果

ア 農業経営体を取り組む6次産業化の事業発展

(7) 6次産業化の推進基盤の強化

a サポートセンターによる支援の充実

県農業公社に秋田県地域資源活用・地域連携（6次産業化）サポートセンターを設置し、補助事業の紹介や専門機関への橋渡しなど、相談者の取組を具体化するための支援を実施しました。

近年、同センターへの相談件数が減少しているため、相談窓口の認知度向上に加え、潜在的な相談者の掘り起こしに向けた情報発信の強化が課題となっています。

【6次産業化に関する相談件数】

年 度	R 4	R 5	R 6
相談件数	24	16	8

b 産地づくりと連動した加工原料の安定確保

にんにくと加工用だいこんの機械化一貫体系及び輪作体系の実証（R4）、加工用ばれいしょ・キャベツのほ場排水対策等の技術指導を実施しました。



「だいこん引拔機」

【主な加工業務用品目と加工業者】

	にんにく	だいこん	ばれいしょ	キャベツ
主な産地	北秋田	北秋田・仙北・平鹿	小坂町	北秋田・山本
加工業者	カワダ食品他	奥州食品、おぼこ食品他	カルビー	デリカフーズ他

(イ) 収益力の強化に直結する商品づくり

a 地域プランナーによるサポート

商品設計やマーケティング戦略等の専門的な知識を有する「地域プランナー」を派遣し、収益力の強化に向けた商品開発を支援しました。

併せて、経営分析に基づく販売価格の見直しなども行い、経営改善に一定の成果を上げています。今後も、持続的な収益確保につながる取組を継続していく必要があります。

【6次化プランナーの派遣実績】

年 度	R 4	R 5	R 6
派遣回数	25	40	40
支援対象者数	4	3	4
平均支援回数	6	13	10
プランナー登録者数	7	7	8



「りんごジェラートの商品開発」

【主な支援内容】

- ・親鶏ささみジャーキーの開発
- ・漬物加工施設のHACCP対応 等

(ウ) 漬物など県産農産物を活用した加工品の製造への支援

a 漬物など食品製造における衛生管理の向上

改正食品衛生法に対応した個人利用の漬物加工施設の改修等を支援しました。令和4～6年度に143施設の整備を支援し、漬物製造許可の取得希望者のうち89%で整備が完了しました。

今後は、機械・施設の導入による省力化や、共同利用施設の運用ルール策定などを通じ、秋田の伝統的な漬物文化を次世代へと継承していく取り組みを強化していく必要があります。



「HACCPに対応した漬物製造施設」

b 機械導入・設備整備の支援

コロナ禍による売上減少や資材高騰等の影響を受けた農業経営体が、6次産業化商品の生産・加工に取り組む際に必要な、機械の導入や施設の整備に対し支援しました。



「漬物用真空包装機」



「ワイン用除梗破碎機」

(I) 総合食品研究センターによる技術支援

a 商品開発のためのスキルアップ研修の実施

県産農林水産物を素材とする加工品開発を進めるため、県内事業者の技術相談に積極的に対応するとともに、商品開発のスキルアップを図る研修を実施しました。

b 機能性食品素材開発

規格外となるえだまめの一粒鞘を鞘ごと乾燥、粉末化した機能性食品素材が発売されました。従来の枝豆（むき枝豆）と同等のポリフェノールを含有し、長期保存が可能、様々な用途への加工添加利用が容易に行えます。

c 地域農産物を活用した商品づくり

無漂白でシャキシャキとした食感を保ちつつ、常温流通が可能な水煮レンコンの加工技術を開発しました。

この技術を用いた製品は、これまでに美郷町のふるさと納税返礼品として採用された実績もあり、実需者や関係者から高い評価を得ています。



「機能性食品素材（えだまめ粉末）」



「常温水煮レンコン」

イ 異業種との連携体による6次産業化の事業発展

(7) 産地づくりが進む県産農産物等の活用拡大

a プラットフォームの形成

プラットフォーム研修会を開催し、先進事例紹介や取組発表、情報交換等により農林漁業者・食品製造業者、流通・販売事業者等の連携を促進しました。

6次産業化の更なる発展に向けては、取組意識の醸成に加え、様々な分野の事業者間のネットワーク強化が重要となっていることから、引き続き各種研修会を開催する等の取り組みを進めていく必要があります。



「プラットフォーム研修会」



「商品紹介・情報交換」

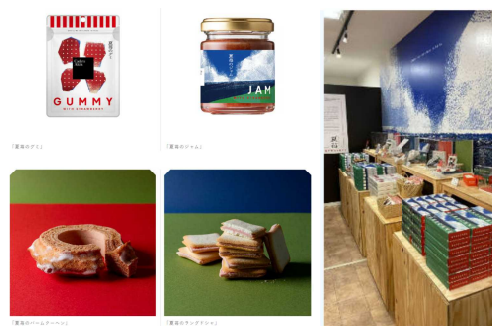
b 連携体による商品開発と販路開拓の実施

各地域で異業種連携体が組織され、原材料や加工技術、販路等を持ち寄りながら、新商品開発と販路開拓が進められています。

これまでの取組においては、各事業者の専門分野を活かしたスピーディーな商品開発につながっているほか、デザインにこだわったパッケージ制作や既存販売網の活用など、連携体の強みが発揮されており、今後の更なる展開が期待されています。



「異業種連携による新商品開発」



「消費者への訴求力の高い商品づくり」

トピックス③ 異業種連携の可能性

異業種連携による取組は徐々に広がりを見せており、訴求力のある魅力的な商品が様々な販売チャネルから展開され、消費者から好評を得つつあります。

実際の取組では、各事業者が各々アイデアを出し合い、分担して活動することにより、スピード感とクオリティが両立した商品開発・販促活動につながっています。

また、事業者間のコミュニケーションも活発になり、新たな取引につながっているほか、これまで接点の無かった学校現場との連携により、新たなプロジェクトに発展した事例もあるなど、「地域の活性化」や「若者の社会参画を促す学びの場」にもつながる取組となっています。

(1) 秋田さつまいも加工促進協議会【さつまいも】

構成員：(株) 秋田ニューバイオフィーム、(有) 折林ファーム、
(株) とりみ、(株) ホテルアイリス、(株) ツバサ 他



「さつまいもパイ」



「加工所（兼）直売所」

(2) 秋田6次化推進協議会【夏いちご】

構成員：(株) 秋田食産、(有) メロニーハウス、(株) NTTアグリテクノロジー、ノリット・ジャポン (株) 他



「夏いちごラングドシャ」



「専門店の開業（駅ビル内）」

(3) 秋田しいたけ未来創造プロジェクト【しいたけ】

構成員：レンチナス奥羽伊勢 (株)、(株) 千秋食品、丸果秋田県青果 (株)
秋田商業高等学校、道の駅おおゆ、ノリット・ジャポン (株)



「しいたけうめえカレー」



「全国高等学校フードグランプリへの出場」

(イ) 食品製造業者の支援強化による県内加工の取組促進

- ・事業活動の中核を担う人材の育成

食品製造業者を対象として、県外市場への展開を目指すマーケティング手法や、生産性向上等に資する製造管理手法、事業者間連携やデジタル技術導入に関する講座を実施しました。



「あきた食品事業マネジメント力講座」



「実践講座：秋田駅前イベントへの出店」

トピックス④ そばの里づくりプロジェクト ～新ビジネス創出の動き～

県では令和5年度から、そば生産者の経営安定のため、そば単収向上技術の確立・普及と6次産業化による付加価値創出を目指す「そばの里づくりプロジェクト」を進めています。

取組に当たっては、そば生産者に加え、製麺事業者や飲食・販売事業者、デザイン・広告事業者等により組織された異業種連携体により進められ、相互の専門性を発揮しながら、新たな商品開発や販売促進活動が実施されています。

開発した商品の中には、県種苗交換会や首都圏商談会等で高い評価を得ている商品もあり、今後の展開が大いに期待されています。

【取組事例：そばの里づくり協議会】

代表組織：(株) そば研

取組概要：即席めん等の開発・商品化、首都圏・県内での販促活動



「即席めん」



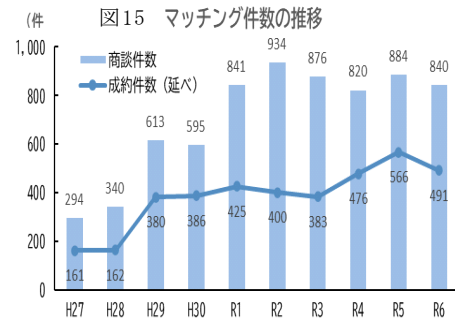
「首都圏での販促活動」

ウ 多様化するニーズを捉えた販売力の強化

(7) 多様化するニーズに対応した流通販売体制の強化

a 県産農産物のマッチング強化

東京事務所や地域振興局等と連携したマッチング活動により多様なニーズに対応した県産農産物の取引が定着しつつあります。



b 農業者の販売力向上支援

意欲的に販売ルートを開拓しようとする農業法人など延べ104経営体を対象に、商談スキルアップ研修会の開催や商談会への出展をサポートするなど、販売力を強化しました。

c オンライン等を活用した販売拡大

消費者と産地をオンラインでつなぎ、生産者が自らPRする機会を創出したほか、県と縁のある企業のイントラなどを活用し、県産農産物の認知度向上に努めました。



「オンラインでの食材PR」

(1) 海外のマーケットニーズを捉えた農産物・加工食品の輸出促進

a 企業と連携した県農産物の輸出促進

青果物の輸出先国である台湾やタイ等において、継続的なプロモーションを実施し、各国で複数の輸出ルートを構築しました。



「輸出業者への提案」

b インバウンド需要の獲得

訪日外国人が多く集う那覇市内のエリアに県産品の販売拠点を設置し、PRやテスト販売の実施により、県産品の認知度向上と流通促進を図りました。

c 商品開発・商談会の実施等支援

県産の比内地鶏やえだまめを使用した加工品全10アイテムを開発し、那覇市内の小売店でのPR販売を実施するとともに、消費者ヒアリング調査の結果をもとに沖縄県内での販路拡大に向けた商談を展開しました。

エ 女性農業者が輝く多彩な起業活動の展開

(ア) 地域をリードする女性農業者の育成と活躍できる環境づくり

a 女性起業活動の次世代への継承

専門家を講師とした農産加工研修会や、経営ノウハウ等を先輩女性農業者から学ぶマンツーマン研修を実施しました。

また、女性農業者組織「あきたアグリヴィーナスネットワーク」を対象とした研修会や販売会を開催し、起業活動の支援と会員相互の交流を図りました。



「マンツーマン研修」



「冷凍加工研修会」

※あきたアグリヴィーナスネットワーク会員数：45名（令和8年3月時点）

b 集客向上を目指した直売所づくり

運営者向けのPOSレジデータ分析を活用した経営手法研修に加え、農業者や出店者グループ等に対し、新商品開発や売場改善等の個別指導を行いました。

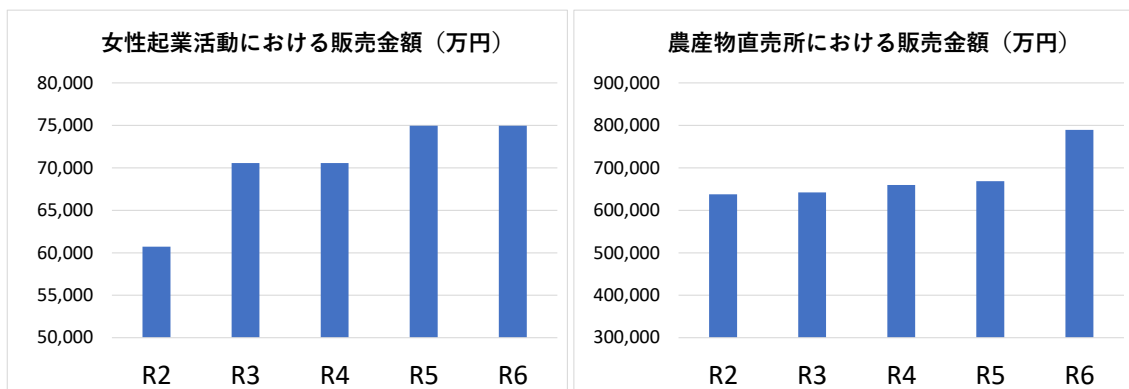


「POSレジデータ分析手法の研修」



「専門家による個別指導」

図16 「女性起業活動と農産物直売所の販売金額の推移」



(イ) 地産地消による6次産業化の推進

a 6次化商品・地産品PRイベントの開催

秋田駅前において、県産農林水産物や6次産業化商品のPRイベントを開催し、地産地消の意識醸成を図りました。

「地産地消」の単語としての認知度は高い水準にある一方で、日常的な消費行動の定着が課題となっています。引き続き、消費者の行動変容を促す普及啓発に取り組んでいきます。



「秋田牛バーベキュー教室」



「キッチンカーによる出展」

b 県民参加型のイベント実施

毎月第3金曜日から日曜日までの3日間を「あきた産デー」と定め、あきた産デーフェア出展者協議会と県の共催により、「あきた産デーフェア」を開催しました。これにより、県産農林水産物とその加工品の認知度向上と購入促進を図りました。

フェア出展者・来場者ともに増加傾向にあり、本イベントを通じて引き続き事業者と消費者の交流機会を積極的に創出していきます。



「あきた産デーフェア」

トピックス⑤ 「採れたて！あきたの大収穫祭」アンケート結果

令和7年10月4～5日に開催した「採れたて！あきたの大収穫祭」のスタンプラリー参加者145名を対象にアンケート調査を実施した結果、「地産地消」の認知度は92%（R6：88%）に達し、幅広い世代への定着が確認されました。

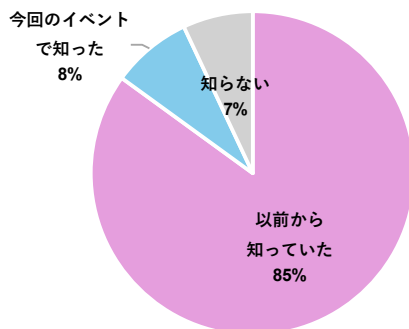
一方で、若年層の認知度が相対的に低く、高い認知度が実際の購買行動に結びついていないという課題も確認されました。

引き続き本イベント等を通じて県全体での更なる浸透を図るとともに、消費者の行動変容を促していく必要があります。

性別・年代別回答数（令和7年10月4～5日）

	10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	計
男性	4	7	6	10	11	19	6	4	1	68
女性	8	4	2	6	14	18	12	11	2	77
計	12	11	8	16	25	37	18	15	3	145

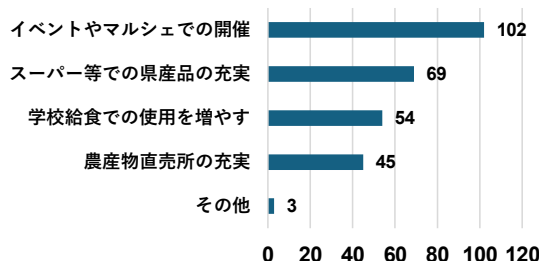
「地産地消」という言葉を知っていましたか



「地産地消」という言葉の認知度は以下のとおりで、10代後半からの回答で「知らない」という回答が一部あったものの、「地産地消」は全世代を通じて広く認知されている結果となりました。

- ・以前から知っている 86%（124名）
- ・イベントで知った 6%（10名）
- ・知らない 8%（11名）

「地産地消」を進めるためには何が効果的だと思いますか（複数回答可）



「地産地消」を進めるために効果的だと思うものとしては（複数回答可）以下のとおりとなっています。

- ・イベントやマルシェの開催 102名
- ・スーパー等での県産品の充実69名
- ・学校給食での使用を増やす 54名
- ・農産物直売所の充実 45名
- ・その他 3名

第2章 6次産業化等の現状と課題

5 次のステップアップに向けた主な課題

(1) 6次産業化事業体の育成・強化

- 6次産業化事業体数は減少傾向にあり（R1：1,330→R5：1,240）、取組者の高齢化が進行していることから、市町村・JA等との連携強化やサポートセンターの機能拡充により、新たな取組者の掘り起こしに努める必要があります。
- 小規模な事業体が多く経営基盤が脆弱なことに加え、商品開発やマーケティングに関する知見も不足していることから、専門家の派遣等を通して、経営改善計画の策定から実践までを一貫して支援していく必要があります。
- また、本県の6次産業化を加速させるためには、関係機関の連携が不可欠であり、多角的な情報共有の強化が求められています。

(2) 商品開発力・販売力の強化

- 全国の6次産業化販売額は年々増加しているものの、人口減少や高齢化などにより市場規模は縮小傾向にあり、伸び率も鈍化傾向となっています。
- 一方で、市場では類似商品による競争が激化し、品質や価格による差別化にとどまらず、商品そのものの魅力を高めることも重要となっており、消費者ニーズを起点とした商品開発力の強化により「作れる」から「売れる」ものづくりへの転換が必要です。
- 販売チャネルについても多様化が進んでおり、従来の百貨店や量販店、農産物直売所に加え、ECサイトやSNS、ふるさと納税返礼品の活用、さらには飲食店やホテルとの連携など、販路が多岐にわたっていることから、各チャネルの特性に応じた販促活動を強化し、商品の良さをしっかりと伝えていくことが重要です。

(3) 高付加価値化に対応した機械・施設の整備

- 消費者ニーズの変化に伴い、調理済み食品の普及などの食の簡便化が進んでいるほか、冷凍・レトルト加工による品質保持や長期保存など、高付加価値化に向けた多様な加工技術への対応が求められています。
- 高付加価値化に対応した機械・施設の整備を支援することにより、規模拡大や新分野に挑戦する農林漁業者等を後押しする必要があります。

(4) 郷土愛を育む地産地消の更なる推進

- 地産地消はキーワードとしての認知度は高いものの、地元産品の情報不足や購入できる場所が限られること等により、実際の購買につな

がりにくいことが課題となっています。イベントやマルシェなどの開催を通してPR活動を進め、地産地消を日常的に実践する機運の醸成を図る必要があります。

- 学校給食における地場産農産物の活用を拡大するためには、生産者側と学校側の相互理解を深め、一体となって地域の実情に合わせた安定的な供給体制の構築を進めることが重要となっています。
- 農産物直売所の販売額は増加傾向にあるものの、さらなる販売額の向上のためには、集客や品揃えの強化を図っていく必要があります。
一方、高齢化や労働力不足等から商品数の減少や今後の運営継続に課題があり、直売所運営の効率化が求められています。

第3章 支援プランの目指す方向

1 支援プランの視点と目指す姿

本支援プランでは、社会情勢の変化や課題等を踏まえた「3つの視点」を重視し、目指す姿を設定して施策を展開します。

【重視する視点】

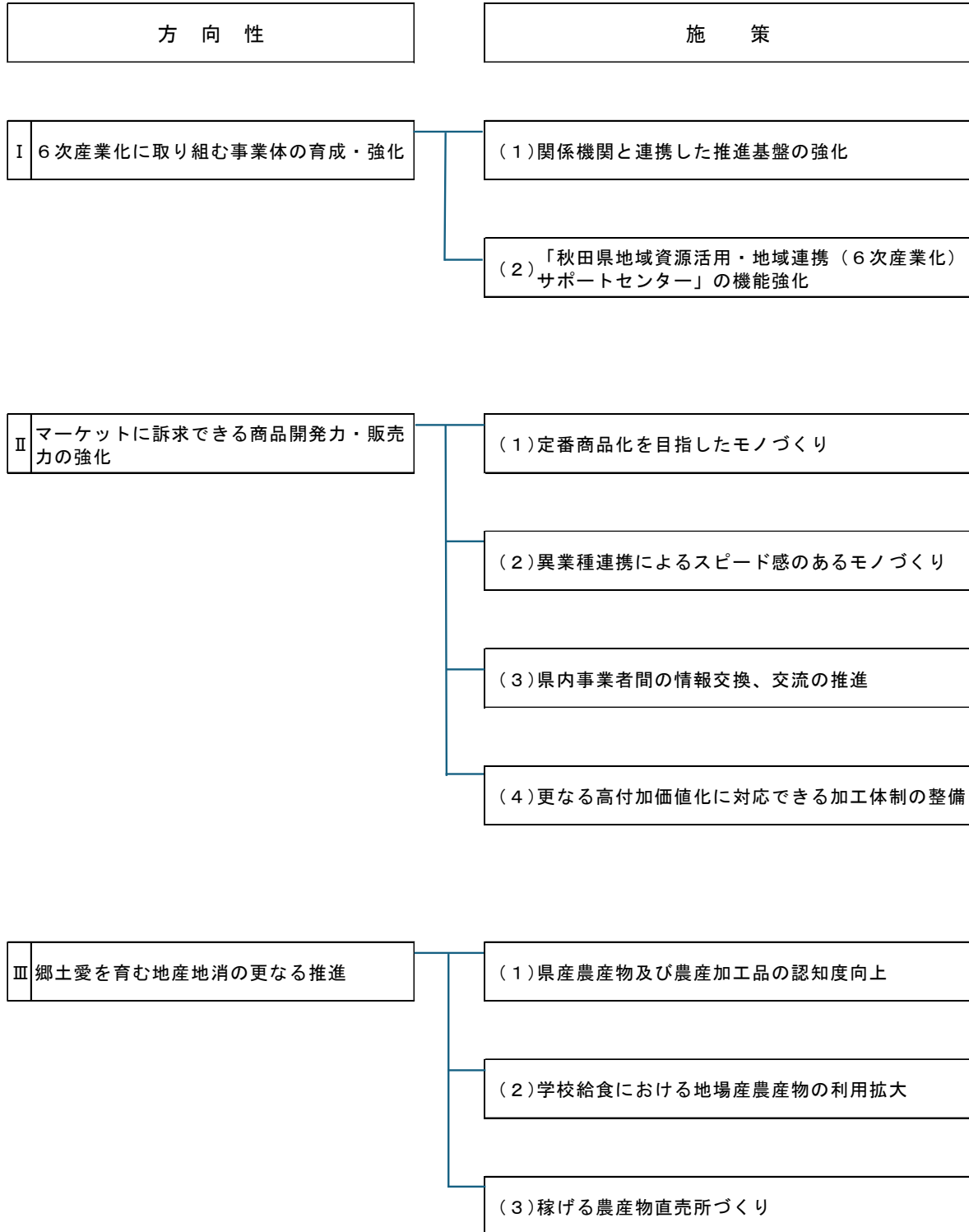
- 次代につなげる6次産業化の新たな担い手の確保
- 定番化を目指した売れる商品づくり
- 消費者に選ばれる県産品

【目指す姿】

- 6次産業化に新たに参入する者が、地域の多様な人材による支援を通じて実践的なスキルを習得し、経営の多角化に向けた意欲的な取り組みを展開しています。
- 市場ニーズを捉えた魅力ある商品づくりや、様々なチャネルに対応した販促活動が積極的に展開されているとともに、創出された6次産業化商品が定番商品として定着し、農業者等の所得向上につながっています。
- 生産者と消費者・実需者の相互理解のもとに、県産農産物やその加工品の良さが認知され、日常の買い物において、地域の旬の農産物や加工品を迷わず手に取るような、具体的な行動変容が進んでいます。

2 支援プランの体系

6次産業化の目指す姿や将来像、重視する視点等を踏まえ、戦略の目指す方向性を次の3つとし、その方向性に基づいた施策を実施することにより、6次産業化を推進します。



第4章 支援プランの展開方向

戦略Ⅰ 6次産業化に取り組む事業体の育成・強化

6次産業化を実践する人材の育成、取組事業者の掘り起こしや裾野拡大を推進するため、支援機関による相談窓口機能の強化を図ります。

(1) 関係機関と連携した推進基盤の強化

6次産業化を推進する立場にある関係機関・団体が一堂に会し、県産農林産物の付加価値化に関する情報共有や成功事例の紹介、地域の実情に関する意見交換を行います。

加えて、中小企業等の経営相談を行う「秋田県よろず支援拠点」や加工技術研修を行う「秋田県総合食品研究センター」等と相互に情報を共有し、企業とのマッチングや販路開拓など、各機関の専門性を活かしたきめ細かな支援を実施します。

(2) 「秋田県地域資源活用・地域連携（6次産業化）サポートセンター」の機能強化

農山漁村の地域資源の活用や、多様な事業者との連携による価値創出に取り組む農林漁業者等に地域プランナーを派遣し、経営管理の改善、商品企画の高度化、既存商品のブラッシュアップ等を支援することで経営全体の付加価値額の向上を図ります。

また、ウェブサイトの掲載情報の整理や実施案内の配布により、相談者が同センターへアクセスしやすい環境を整えるとともに、市町村・JAとの連携を強化し、新たに6次産業化に取り組む農林漁業者等の掘り起こしを行います。

第4章 支援プランの展開方向

戦略Ⅱ マーケットに訴求できる商品開発力・販売力の強化

県内の6次産業化販売額は着実に増加しているものの、更なる販売額の増を図るためには、商品開発力及び販売力を強化し、小売店等において販売を安定的に見込める定番的な商品づくりが重要です。

(1) 定番商品化を目指したモノづくり

販売現場において、売れる商品として生き残っていくことは非常に難しい状況にあり、商品企画や製造、販促手法等のノウハウを強化していく必要があります。このため、伴走支援機能を大幅に強化するなどして、一定程度の販売を安定的に見込める定番的な商品の造成を目指します。

経費のみの支援ではなく、各種研修会等の開催や、専門家のアドバイスをワンパッケージで支援することで事業者のノウハウ獲得につなげていきます。

(2) 異業種連携によるスピード感のあるモノづくり

生産者、食品加工業者、販売業者等がチームとなった異業種連携の取組では、各々の得意分野を持ち寄ることで、商品化のスピードや品質面において、着実な成果につながる可能性もあることから、県内各地域への積極的な展開を図っていくこととします。

(3) 県内事業者間の情報交換、交流の推進

先進事例紹介や取組発表、情報交換等の実施により農林漁業者・食品製造事業者、流通・販売事業者間の連携を図り、県内バリューチェーンの強化につなげていきます。

(4) 更なる高付加価値化に対応できる加工体制の整備

鮮度保持・長期保存等に対応した冷凍・レトルトなどの食品加工技術の高度化に対する機械導入・施設整備を支援し、更なる高付加価値化に向けた体制の整備を図ります。

第4章 支援プランの展開方向

戦略Ⅲ 郷土愛を育む地産地消の更なる推進

県産農産物や6次産業化商品を広くPRするイベント等の開催を通じて、地産地消への理解促進と県民の意識啓発を図ります。

また、学校給食における地場産農産物の利用拡大や、魅力ある直売所づくりに向けた支援により、食を通じた郷土愛の醸成を図ります。

(1) 県産農産物及び農産加工品の認知度向上

県民が県産食材や農産加工品を知り、手に取る機会を創出することで、地産地消と6次産業化の推進につなげていきます。

(2) 学校給食における地場産農産物の利用拡大

地元生産者、学校給食関係者、加工業者等と連携し、関係者間の合意形成を通じた地域の課題解決に向けた取組や、持続可能な供給体制づくりを進めます。

(3) 稼げる農産物直売所づくり

高齢化や労働力不足等に対応した研修会等を開催し、直売所運営の効率化や集客手法の改善、品揃えの充実を図ることで、所得向上につながる活気ある農産物直売所づくりを支援します。

第5章 成果目標

代表指標

県産農林水産物の高付加価値化を図るため、6次産業化の様々な取組により生み出される価値を総合的に表す「6次産業化事業体販売額（農産物加工、直売所、観光農園、農家民宿等の販売額の合計）」を指標とします。

(単位:百万円)

指標名	現在値 (R5)	年度目標値			
		R8	R9	R10	R11
6次産業化事業体販売額 (年間)	18,944	21,000	21,600	22,300	23,000

出典：6次産業化総合調査（農林水産省）

関連指標

指標名	現在値 (R5)	年度目標値			
		R8	R9	R10	R11
農産物直売所の販売額 (単位：百万円)	10,838	11,987	12,370	12,753	13,136
農産加工の販売額 (単位：百万円)	7,419	8,205	8,467	8,729	8,991

出典：6次産業化総合調査（農林水産省）

第6章 支援プランの推進体制と各主体の役割

1 推進体制

【秋田県6次産業化推進協議会】

本支援プランの推進に当たっては、農業団体や商工団体、金融機関、大学、民間企業、行政等で構成する「秋田県6次産業化推進協議会」において、本県の6次産業化の推進に関する情報共有を進めるとともに、相互に連携を図りながら、一体となった支援を展開します。

2 各主体の役割

【農林漁業者・農業法人】

消費者に求められる魅力的な農林水産物の生産からその加工・販売までを行う6次産業化を実践するとともに、食品製造業者等の異業種との連携を深め、委託加工や契約栽培・取引を推進し、信頼関係を構築し、事業を拡大させることが期待されます。

【JA等】

農林漁業者にとって最も身近な存在として、営農指導や加工用野菜の産地形成、農産加工施設や産地直売所の整備・運営、さらには商品開発などを、地域一体となって推進する役割が期待されます。

【経済団体、商工事業者】

本県の農林水産物を最大限に活用し、消費者ニーズを捉えた加工処理や商品開発に努めるとともに、県農林水産物や6次産業化商品の販路開拓・拡大に取り組む役割が期待されます。

【金融機関】

関係企業との多様な情報ネットワークを活用し、新商品開発及び販路開拓、加工・販売施設等の整備など、農業経営体の6次産業化の取組を支援する役割が期待されています。

【県民】

県内の農林漁業者や食品製造業者等が作るおいしい農林水産物やその加工品の良さを理解し、消費・購入に務めるとともに、県外の消費者に対しても広く情報を発信することが期待されます。

【行政等（国、県、市町村、県農業公社）】

農林漁業者等による生産から加工・販売までの一貫した取組を支援するとともに、異業種との連携の機会を創出するなど、関係機関等と一体となって、6次産業化を推進します。

秋田県 6 次産業化推進協議会設置要領

(目的)

第1条 本県農林水産業の6次産業化を促進するためには、産業横断的な関係機関・団体等の6次産業化に関する情報の共有化と指導支援の連携強化が不可欠である。

このため、6次産業化に関係する機関・団体等が一堂に会し、6次産業化に関する多様な情報の共有化を図るとともに、本県の6次産業化を推進するための戦略を策定及び推進するため、秋田県6次産業化推進協議会（以下、「推進協議会」という。）を設置する。

(所掌事項)

第2条 推進協議会の所掌事項は、次に掲げる事項とする。

- (1) 県内外の6次産業化に関する情報の共有
- (2) 本県の6次産業化を推進するための戦略の策定及び推進
- (3) その他、本県農林水産業の6次産業化等の推進に関する事項

(推進協議会の構成)

第3条 推進協議会は、行政機関、農業関係団体、中小企業支援団体、経済関係団体、金融機関、商品企画・販売等を行う民間事業者、大学、農林漁業成長産業化ファンド等で構成する。

- 2 推進協議会への出席は、各機関・団体においては実務責任者とし、代理出席も可とする。
- 3 推進協議会には、必要に応じて構成機関・団体以外の者の参画を求めることができるものとする。

(座長)

第4条 推進協議会は、座長が必要に応じて召集し、その進行は座長が行うものとする。

- 2 座長は秋田県農林水産部長をもって充てる。

(ワーキンググループ)

第5条 推進協議会に、各機関・団体等の実務担当者で構成するワーキンググループを設置することができる。

- 2 ワーキンググループは、座長が必要と判断した事項についての調査・検討を行うものとし、組織運営については、別に定める。

(事務局)

第6条 推進協議会の事務局は、秋田県農林水産部農業経済課に置く。

(その他)

第7条 この要領に定めるほか、推進協議会の運営について必要な事項は別に定める。

附則 この要領は平成25年 7月24日から施行する。

附則 この要領は平成27年 6月15日から施行する。

附則 この要領は平成29年 5月12日から施行する。

附則 この要領は平成30年10月23日から施行する。

附則 この要領は令和 4年 4月 1日から施行する。

附則 この要領は令和 8年 4月 1日から施行する。

秋田県6次産業化推進協議会構成機関・団体等

区 分	構成機関・団体等	
農業関係団体	秋田県農業協同組合中央会 全国農業協同組合連合会秋田県本部 公益社団法人秋田県農業公社 秋田県農業法人協会	
経済関係団体	秋田県商工会連合会 秋田商工会議所	
中小企業支援団体	秋田県中小企業団体中央会 公益財団法人あきた企業活性化センター	
食品製造業団体	あきた食品振興プラザ	
金融機関	株式会社秋田銀行 株式会社北都銀行 株式会社日本政策金融公庫秋田支店農林水産事業 農林中央金庫秋田支店 秋田県信用組合	
民間事業者	ノリット・ジャパン株式会社（商品企画・販売・サービス） 秋田活性化株式会社（飲食・販売・サービス）	
大 学	国立大学法人秋田大学 公立大学法人秋田県立大学	
農林漁業成長産業化 ファンド	東北6次産業化サポート投資事業有限責任組合（株式会社秋田銀行） とうほくの未来応援ファンド投資事業有限責任組合（株式会社北都銀行） 農林水産業投資事業有限責任組合（農林中央金庫秋田支店）	
行政 機 関	国	農林水産省東北農政局（秋田県拠点）
	県	農林水産部（農林政策課、農業経済課、農業経済課販売戦略室、 園芸振興課、農業試験場） 観光文化スポーツ部（県産品振興課、総合食品研究センター） 産業労働部（新産業創造課、産業集積課）
	市町村 (代表市町村)	秋田市 横手市

参考資料 2

[資料編]

(1) 6次産業化の状況（農業関連）

表1 事業体数

全国順位	都道府県	事業体数
1	長野県	4,110
2	北海道	2,610
	静岡県	2,610
4	千葉県	2,500
5	茨城県	2,260
6	福島県	2,050
7	山梨県	1,800
8	群馬県	1,790
9	埼玉県	1,650
10	兵庫県	1,570
20	秋田県	1,240

表2 6次産業化事業体の販売額

全国順位	都道府県	百万円
1	北海道	159,794
2	静岡県	108,064
3	熊本県	88,904
4	千葉県	85,247
5	愛媛県	83,414
6	長野県	81,244
7	鹿児島県	77,312
8	東京都	76,706
9	福岡県	76,529
10	宮崎県	76,026
42	秋田県	18,944

表3 農産物直売所の販売額

全国順位	都道府県	百万円
1	千葉県	57,041
2	愛知県	53,725
3	埼玉県	50,998
4	熊本県	43,753
5	福岡県	43,732
6	茨城県	42,767
7	静岡県	42,072
8	長野県	38,504
9	栃木県	34,750
10	群馬県	32,473
43	秋田県	10,838

表4 農産加工の販売額

全国順位	都道府県	百万円
1	北海道	125,179
2	静岡県	63,387
3	東京都	57,227
4	愛媛県	55,368
5	宮崎県	50,793
6	熊本県	43,256
7	鹿児島県	43,069
8	長野県	37,968
9	山口県	34,462
10	山梨県	34,429
34	秋田県	7,419

表5 令和5年農業産出額

全国順位	都道府県	億円
1	北海道	13,478
2	鹿児島県	5,438
3	茨城県	4,536
4	千葉県	4,029
5	熊本県	3,757
6	宮崎県	3,720
7	青森県	3,466
8	愛知県	3,207
9	岩手県	2,975
10	栃木県	2,959
19	秋田県	1,779

表6 令和5年米の産出額

全国順位	都道府県	億円
1	新潟県	1,255
2	北海道	1,149
3	秋田県	938
4	山形県	739
5	宮城県	731
6	茨城県	703
7	福島県	687
8	栃木県	586
9	千葉県	569
10	岩手県	527

表7 令和5年 米の産出額上位10道県等の農業産出額、農業生産所得額、
6次産業化関連事業体販売額

都道府県	農業産出額に占める米の割合	農業産出額の特徴		農業生産所得※ 全国順位 億円	6次産業化関連事業体販売額 全国順位 億円
		畜産	100億円以上の作目		
北海道	8.5%	7,837億円	野菜、花、工芸	1位 5,167	1位 159,794
千葉県	14.1%	1,501億円	野菜、果実、花	5位 1,262	4位 85,247
茨城県	15.5%	1,353億円	野菜、果実、花	3位 1,534	15位 57,758
岩手県	17.7%	1,975億円	野菜、果実	13位 884	32位 29,976
栃木県	19.8%	1,367億円	野菜	10位 1,086	13位 63,657
山形県	30.3%	441億円	野菜、果実	14位 840	30位 33,698
福島県	31.8%	542億円	野菜、果実	16位 742	18位 54,216
宮城県	38.0%	833億円	野菜	18位 642	34位 26,545
秋田県	52.7%	411億円	野菜	23位 526	42位 18,944
新潟県	55.0%	504億円	野菜	15位 805	28位 34,099
農業産出額に占める米の割合が高い県					
滋賀県	51.8%	112億円	野菜	41位 231	44位 15,668
福井県	57.0%	65億円	—	44位 175	46位 13,798
富山県	66.0%	95億円	—	43位 194	47位 8,837

米が農業産出額の50%以上を占める県

※農業生産所得：農業産出額（農業が生み出した生産額）から物的経費（種苗費、肥料費、減価償却費など）を差し引き、経常補助金（政策的な助成金）を加えたもので、農業分野で新たに生み出された付加価値額を示す指標

出典：農林水産省 令和5年度6次産業化総合調査（令和7年3月公表）
農林水産省 令和5年度作物統計調査（令和5年12月公表）
農林水産省 令和5年生産農業所得統計（令和7年3月公表）

(2) 六次産業化・地産地消法に基づく認定事業計画の概要

1) 全国の県別認定件数（東北農政局HP） 令和7年9月末現在

順位	1位	2位	3位	4位	5位	全国計
都道府県	北海道	兵庫県	宮崎県	岡山県	長野県	2,647
認定件数	163	119	113	101	100	

2) 東北の県別認定件数（東北農政局HP） 令和7年3月末現在

青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	合計
74	53	82	63	68	43	383

3) 秋田県の年度別認定等件数（東北農政局HP） 令和7年3月末現在

年度	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	計
認定	8	12	12	8	9	3	1	4	2	1	1	0	0	0	0	61

※上記のほか、農林漁業成長産業化ファンドの2件 計63件

4) 地域別認定件数（東北農政局HP） 令和7年3月末現在

鹿角	北秋田	山本	秋田	由利	仙北	平鹿	雄勝	計
3	8	8	14	5	15	3	5	61

※秋田14件には、2度認定された1経営体含む

5) 事業内容（区分）別の件数（東北農政局HP） 令和7年3月末現在

	加工	直売	レスト ラン	輸 出	加工・ 直売	加工・直売・ レストラン	加工・直売 ・輸出
鹿 角	1				1	1	
北秋田	2				5		1
山 本	1				6	1	
秋 田	2				10	1	1
由 利					4		1
仙 北	2		1		8	2	2
平 鹿					3		
雄 勝	1				4		
計	9		1		41	5	5

6) 秋田県における六次産業化・地産地消法に基づく事業計画一覧
(農林水産省HPより抜粋 令和7年3月現在)

No.	地域	市町村	認定年	区分				事業者	事業計画の概要		
				加工	直売	レストラン	輸出				
1	鹿角	鹿角市	H23	○	○	○		(農) したがわら	・米・そば等の製粉とこれを利用した加工品による高付加価値化 ・農産物の直売による販路拡大		
2			H27	○				(農) 大里ファーム	・自ら生産したそばを活用した乾麺等の新商品開発し、 お土産品として直売所やホテル等で販売		
3			H28	○	○			(農) 八幡平養豚組合	・自社豚の枝肉をHACCP対応施設で加工。 精肉・熟成肉及び副産物(豚骨、豚脂)等の製造販売		
4	北秋田	大館市	H23	○	○			(有) ナチュラルファーマーズ	・秋田産枝豆及び大豆の加工品を中心とした新商品開発・販売		
5			H25	○	○			(農) 立花ファーム	・餅米・うるち米、地区内から生産されるブラックベリー、野菜等を 活用した加工品開発・販売		
6			H25	○	○		○	(合) ホサナ企画	・ハラル認証による米や米加工品の輸出		
7			H27	○				J A あきた北	・地域特産農産物(アスパラガスや山の芋等)を原料にした商品開発と販売		
8			R3	○	○			でんろく 田中伸夫	・農福連携によるいぶりがっこ製造・販売		
9			H23	○	○			(農) 坊沢営農組合	・高齢者向け弁当の製造・販売や加工品開発		
10		北秋田市	H23	○	○			(有) 栄物産	・野菜・山菜を利用した加工食品(乾燥野菜、粉末茶等)の開発・販売		
11			H29	○				(株) しらかみファーマーズ	・自社生産の大根を用いたいぶり大根漬の開発・販売		
12			山本	能代市	H24	○	○		(株) 白神手づくり田舎くらぶ	・群鶏、比内地鶏の飼育・解体処理、製造・加工・販売	
13					H24	○	○		(農) 能代グリーンファーム常盤	・米・大豆を原材料にしたこだわり味噌の製造・販売	
14					H25	○	○	○	鶴形そば製造加工(株)	・自社生産のソバを活用した蕎麦の加工・販売	
15	H26	○			○		(株) 佐藤ファーム	・米加工(きりたんぼ、おにぎり、赤飯)と野菜の惣菜の製造・販売			
16	三種町	H25	○	○			お薬工房スフレ	・自家生産の野菜を活用した、菓子加工・販売			
17			H27	○			(株) 秋田白神食品	・ごぼう加工品の商品開発・販売			
18			H30	○	○		J A 秋田やまもと	・そらまめを活用した豆板醤商品の開発と製造・販売			
19	八峰町	H26	○	○		日本白神水産(株)	・あわびを原料にした商品開発と販売				
20	秋田	秋田市	H24	○	○		(株) 四季菜	・こはぜ、食用ほおずきを原料とした加工食品の開発・製造・販売			
21			H25	○	○		(合) 大地	・秋田産菜種、大豆を活用した加工食品の製造・販売			
22			H26	○	○	○	(株) 上新城ノーザンビレッジ	・自社生産した野菜、果実等を活用した加工品開発 ・農家レストランのメニュー開発			
23		潟上市	H26	○	○			(有) まこと農産	・煙り麦酒(ビール)漬の開発・販売		
24				R1	○	○		伊藤 公男	・伝統水産物(棒あなご)とたい類の一夜干し等の製造販売		
25		五城目町	H24	○	○			秋田グリーンサムファーム(株)	・ぶどうの観光農園 ・レーズン、ゼリー等の加工製造・販売		
26				○	○			(有) アグリ	・自社栽培の野菜・山菜を活用した加工品開発・販売		
27				H26	○	○		J A あきた湖東	・地域農産物の育成増産と加工品の製造・販売		
28				H30	○	○		(株) 渡彦農産	・自社生産の米を原料に日本酒の新商品開発と販売		
29				八郎潟町	H24	○	○		コダマ農場	・乾燥野菜の製造・販売 ・交流農場での農作業体験	
30		大潟村	H23	○	○			(株) 大潟村あきたこまち生産者協会	・米粉用米を活用した米めん、米キャラメルなどの食品開発		
31				H30	○	○		○	(株) 大潟村あきたこまち生産者協会	・甘酒、甘酒フリースドライの開発 ・米の輸出	
32				H25	○				(株) ベジタブルスタイル	・業務用野菜の一次加工	
33	H26			○				(株) ネビュレ東北	・米ネビュレの製造・販売		
34	由利			由利本荘市	H24	○	○		○	(農) 新田水稻生産組合	・ジャンボにんにく、クレソンを活用した加工・販売 ・ジャンボにんにくの輸出
35		H24	○		○			田口 藤樹	・枝豆・大豆を活用した新商品開発・販売		
36		H27	○		○			(有) 折林ファーム	・自社生産した野菜を活用した加工品の製造・販売		
37		にかほ市	H24	○	○			(株) 鳥海フォス	・自社生産した菌床しいたけの加工品の開発・製造・販売		
38				H25	○	○			(株) 秋田鳥海夢農場	・自社生産した米や野菜を活用した加工品の製造・販売	
39	仙北	大仙市	H24	○	○			(農) エコファーム	・なたねと小麦を活用した新商品開発・販売		
40			H25	○	○			(有) 内小友ファーム	・自社生産大豆を活用した加工品の製造・販売 ・乾燥しいたけの加工・販売		
41			H25	○	○	○		神岡縄文農園(株)	・果樹・堅果・山菜等を活用した加工食品の販売		
42			H25	○	○			(有) 高岡上郷農場	・米といぶり大根を活用した新商品開発		
43			H26	○	○			(有) 井上農産	・いぶり大根漬の新商品開発		
44			H27	○				(農) たねっこ	・自ら生産する野菜、大豆を原料にペースト状の野菜冷凍加工品及びクラッシュ状の冷凍大豆加工品の開発		
45			H28			○		J A 秋田おぼこ	・地場産農産物を用いた農家レストランメニューの開発・販売		
46			H30	○	○			東商(株)	・自社生産のエゴマを使った低温圧搾によるエゴマ油の開発・製造・販売		
47			仙北市	H24	○	○			(合) エコニコ農園	・ブルーベリーの新商品開発・製造・販売	
48					H25	○	○		○	ランドクリエイト(株)	・養殖魚を活用した加工品開発
49					H26	○				(有) 北浦郷	・大根と枝豆を活用した新商品開発・販売
50			美郷町	H23	○	○	○		(農) 美郷サンファーム	・米粉を使ったパン、菓子類の商品開発 ・農家レストラン、農家民宿による販路拡大	
51					H25	○	○		○	(農) 大畑ファーム	・米と野菜を利用した新商品開発
52	H27	○			○			(株) 秋田食産	・自社栽培の大根・にんじんを使った漬物販売		
53	R2	○			○			すまっこふぁーむ梅川尚孝	・ウイスキーやチーズの味わいを引き立てるSmoke Gakkoの製造・販売		
54	平鹿	横手市	H24	○	○			(農) 大沢ファーム	・ぶどうを原材料にした商品の加工・販売		
55			H27	○	○			(株) だいがの丘	・自社栽培している米、だいがん、マコモダケを活用した加工品の製造・販売		
56			H28	○	○			(農) 山菜桜	・山内いぶり大根漬の新商品開発・販売		
57	雄勝	湯沢市	H23	○				(株) 相川ファーム	・米粉パンの開発と直接販売		
58			H23	○	○			(農) こまち野	・いちごを活用した新商品開発		
59			H24	○	○			佐藤 金市	・羽後牛を原料にした加工食品の開発・販売		
60			H27	○	○			(有) モコ	・ねぎ・しいたけを活用した商品開発・販売		
61			H27	○	○			(有) ゆめ企画須藤健太郎商店	・自社生産のだいがんを原料にいぶり大根漬などの商品開発・販売		

【お問い合わせ先】

秋田県農林水産部農業経済課

T E L : 018-860-1763

F A X : 018-860-3806

E-mail:noukei@pref.akita.lg.jp